

**О. С. Гурская,
А. А. Романюк**

*Научный руководитель
Т. Н. Байбардина*

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В МАРКЕТИНГЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Маркетинг, являясь общепризнанной технологией бизнеса, обеспечивающей получение и прирост прибыли производителями товаров и услуг, гарантирует конкурентоспособность последних. Маркетинговые технологии охватили практически все виды деятельности, где имеет место конкуренция, ставится задача увеличить прибыль или привлечь новых клиентов от промышленности до отраслей услуг, от коммерческого производства до духовной и идеологической сфер, от военного производства до шоу-бизнеса. Индустрия туризма и гостеприимства – не исключение. О маркетинге в туризме написано немало трудов теоретиками и практиками, в том числе зарубежными [1].

Возникновение новых видов туризма стимулирует развитие инновационных подходов к маркетингу в рассматриваемых сферах. Одним из инновационных направлений в туризме, привлекающим сегодня внимание специалистов маркетологов, становится сельский туризм. Под ним имеют в виду направление, связанное с удовлетворением потребностей в организованном развлечении, отдыхе, оздоровлении, обучении в сельской местности на возмездной основе. Это направление предполагает проведение досуга на природе, знакомство с особенностями организации подсобных хозяйств, приобщением к сельскому хозяйству, изучение культурных традиций, народных промыслов, бытовых условий проживания на селе, в деревне. Все эти компоненты объединены в сферу аграрного или приусадебного туризма [2].

В рамках этого направления реализуются проекты, которые могут быть организованы на функционирующих молочных и животноводческих фермах, птичниках, конных заводах, пасеках, охотничьих, рыбных, тепличных хозяйствах. В рамках организованных мероприятий могут быть оказаны услуги по знакомству или участию в производстве различных видов сельскохозяйственной продукции. На сельскохозяйственных плантациях, в лесополосе или в полях могут быть организованы мероприятия, связанные со сбором, заготовлением плодово-ягодных культур, грибов, орехов, целебных трав. С аграрным туризмом тесно связан гастрономический туризм. Приверженцы этого направления ставят целью изучить национальную кухню того или иного региона или народности. Спрос на такого рода туризм обусловлен как желанием изучить кулинарные особенности и специфику приготовления национальных блюд, так и с желанием потреблять исключительно экологичные продукты, произведенные в конкретной местности при определенных условиях. Близок этому направлению экологический туризм. В нем уникальным торговым предложением является здоровая пища, оздоровительные услуги, товары, произведенные из экологически чистых материалов по мотивам, связанным с региональным этносом: одежда, обувь, аксессуары, предметы быта. Услуги приусадебного, аграрного, сельского, гастрономического, экологического туризма могут объединяться в единый комплекс с услугами развлекательного, образовательного, событийного туризма и шоптурами. В этих случаях целью туристов становится посещение сельских усадеб для ознакомления с экспозициями и работой различных музеев (краеведческих, исторических), мастерских народных промыслов, региональных промышленных предприятий и сельскохозяйственных комплексов по переработке сырья. Для развития приусадебного туризма в Беларуси существует целый ряд предпосылок: географических и климатических, исторических и культурных, социальных и экономических.

Туристический потенциал республики базируется, главным образом, на многообразии и красоте природы, уникальности историко-культурного наследия, состоит из более 15 тыс. объектов, имеющих историческую, культурную, архитектурную значимость, а также памятных мест, связанных с именами выдающихся деятелей мировой истории и культуры [3]. Особую актуальность в настоящее время приобретает развитие агроэкологического туристического бизнеса, который поддерживает, в свою очередь, государство. Благодаря благоприятной государственной политике число зарегистрированных агроусадьб в Беларуси за последние годы увеличилось примерно в 50 раз, сейчас в стране насчитывается несколько сот усадеб, из которых более

300 прошли добровольную сертификацию. Так, в 2006 г. было зарегистрировано 34 усадьбы, в 2012 г. – 1 775, в 2020 г. – уже более 2 760.

Устойчивое развитие сельского туризма – процесс длительной перспективы, требующий поступательных грамотных решений в краткосрочном периоде. Для этого необходимы разработка рекреационных и экскурсионных программ; внедрение приемлемых стандартов обслуживания; формирование определенных традиций гостеприимства; развитие маркетинговой стратегии в сфере сельского туризма; реконструкция транспортной сети с учетом прохождения крупногабаритных; туристических автобусов, развитие сети автостоянок; развитие сети дешевых гостиниц – хостелов; совершенствование ценовой политики при создании белорусского туристического продукта, способного конкурировать с соседними государствами; подготовка в учреждениях высшего образования специалистов по туризму и гостеприимству, в том числе профессиональных проводников и инструкторов.

Список использованной литературы

1. **Котлер, Ф.** Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М. : Юнити-Дана, 2007.
2. **Христофоров, И. В.** Оценка потенциала развития сельского туризма / И. В. Христофоров // *Вопр. регион. экономики.* – 2019. – № 4. – С. 84–92.
3. **Якубенко, М. Н.** Организационно-экономический механизм создания агротуристического кластера в регионе / М. Н. Якубенко, А. А. Ремизова, О. В. Шумакова // *Соврем. проблемы науки и образования* [Электронный ресурс]. – 2015. – № 2. – Режим доступа : <https://science-education.ru/ru/article/view?id=23029>. – Дата доступа : 13.03.2021.